

Dasecke, Rolf

Nachhaltige Schülerfirmen. Wirtschaften in ökologischer, gesellschaftlicher und sozialer Verantwortung

ZEP : Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik 25 (2002) 3, S. 29-31



Quellenangabe/ Reference:

Dasecke, Rolf: Nachhaltige Schülerfirmen. Wirtschaften in ökologischer, gesellschaftlicher und sozialer Verantwortung - In: ZEP : Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik 25 (2002) 3, S. 29-31 - URN: urn:nbn:de:0111-opus-61958 - DOI: 10.25656/01:6195

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-61958>

<https://doi.org/10.25656/01:6195>

in Kooperation mit / in cooperation with:

ZEP

Zeitschrift für internationale Bildungsforschung
und Entwicklungspädagogik

"Gesellschaft für interkulturelle Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik e.V."

<http://www.uni-bamberg.de/allgpaed/zep-zeitschrift-fuer-internationale-bildungsforschung-und-entwicklungspaedagogik/profil>

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.
This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik

25. Jahrgang September 3 2002 ISSN 1434-4688D

Roland Roth	2	Globalisierungsprozesse und Jugendkulturen
Ulrich Menzel	6	Das Ende der einen Welt und Lehren für die Entwicklungspolitik
Barbara Asbrand	13	Globales Lernen und das Scheitern der großen Theorie. Warum wir heute neue Konzepte brauchen
Kerstin Nagels / Rita Panesar	20	Lernziel Gerechtigkeit oder Fitness für den Globalen Markt?
Peter Bleckmann	23	Globales Lernen in der Berufsbildung. Das Projekt impuls des EPIZ, Berlin
Thomas Steinhäuser	26	Solidarität durch Zusammenarbeit. Erfahrungen mit den internationalen Solidaritätsbrigaden der IG-Metall-Jugend
Rolf Dasecke	29	Nachhaltige Schülerfirmen: Wirtschaften in ökologischer, gesellschaftlicher und sozialer Verantwortung?
BDW	32	Rethinking University / The Challenge of Globalisation / 50 Jahre UNESCO-Institut für Pädagogik / Berlin in der Welt - Die Welt in Berlin
VENRO	35	Bericht aus der VENRO-Arbeitsgruppe „Entwicklungspolitische Bildung“
	37	Kurzrezensionen
	40	Unterrichtsmaterialien
	42	Informationen

Impressum

ZEP - Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik 25. Jg. 2002, Heft 3

Herausgeber: Gesellschaft für interkulturelle Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik e.V. und KommEnt

Schriftleitung: Annette Scheunpflug

Redaktionsanschrift: ZEP-Redaktion, Pädagogik I, EWF, Regensburger Str. 160, 90478 Nürnberg

Verlag: Verlag für Interkulturelle Kommunikation (IKO), Postfach 90 04 21, 60444 Frankfurt/ Main, Tel.: 069/784808; ISSN 1434-4688 D

Erscheinungsweise und Bezugsbedingungen: erscheint vierteljährlich; Jahresabonnement € 20,- Einzelheft € 6,-; alle Preise verstehen sich zuzüglich Versandkosten; zu beziehen durch alle Buchhandlungen oder direkt vom Verlag. Abbestellungen spätestens acht Wochen vor Ablauf des Jahres.

Redaktion: Barbara Asbrand, Hans Bühler, Asit Datta, Helmuth Hartmeyer, Richard Helbling, Torsten Jäger, Ulrich Klemm, Gregor Lang-Wojtasik, Claudia Lohrenscheit, Gottfried Orth, Bernd Overwien, Georg-Friedrich Pfäfflin, Annette Scheunpflug, Klaus Seitz, Horst Siebert, Barbara Toepfer
Technische Redaktion: Gregor Lang-Wojtasik, Katrin Lohrmann 0911/5302-735.

Abbildungen: (Falls nicht bezeichnet) Privatfotos oder Illustrationen der Autoren.

Titelbild: attac

Diese Publikation ist gefördert vom Ausschuss für Entwicklungsbezogene Bildung und Publizistik, Stuttgart. Das liegt auf umweltfreundlichem chlorfreien Papier gedruckt.

Rolf Dasecke

Nachhaltige Schülerfirmen

Wirtschaften in ökologischer, gesellschaftlicher und sozialer Verantwortung¹

Zusammenfassung: Der Beitrag reflektiert verschiedene Aspekte nachhaltiger Schülerfirmen vor dem Hintergrund einer Kooperation mit Welt laden.

Wie können diese Aktivitäten ermöglicht werden und welche Implikationen haben sie in Schule und Unterricht?

Nachhaltige Schülerfirmen und Welt-läden

Ein Engagement von Schülerfirmen im Fairen Handel ist in besonderer Weise geeignet, Lernen zur Eine-Welt-Thematik zu fördern. Dies war die Fragestellung des Workshops der Akademie-Tagung, bei der dieser Beitrag präsentiert wurde. Denkbare Arbeitsfelder von Schülerfirmen in Kooperation mit Weltläden sind:

- Die Schülerfirma arbeitet vor Ort direkt im Weltladen gegen Entlohnung in den verschiedenen Funktionen mit (Einkauf, Verkauf, Marketing, Buchführung etc.).

- Die Schülerfirma erschließt in Kooperation mit dem örtlichen Weltladen neue Verkaufsfelder in der eigenen Schule und den anderen Schulen (Kiosk, Bistro, Café, Lehrerzimmer, Schulfeste etc.).

- In Zusammenarbeit mit dem örtlichen Weltladen erschließt die Schülerfirma neue Verkaufsmöglichkeiten in den öffentlichen Verwaltungen und privaten Unternehmen vor Ort (Kantinen, Bewirtung bei Veranstaltungen, zentraler Einkauf von Kaffee, Tee etc.).

- Die Schülerfirma bietet zusammen mit dem Weltladen (und regionalen Vermarktern) Präsentkörbe für Verwaltungen und Unternehmen an.

- Die Schülerfirma übernimmt eigenständig und exklusiv die Vermarktung eines Produktes aus der Dritten Welt.

- Die Schülerfirma wirtschaftet in Bereichen, die keinen Bezug zur Einen Welt haben, steckt aber ihren Gewinn in Entwicklungsprojekte und baut darauf Kontakte auf.

Nachhaltige Schülerfirmen als primär pädagogisches Handlungsfeld

Wenn in der Schule gelernt werden soll, im Sinne der Nachhaltigkeit im Einklang mit der Natur zu leben und zu wirtschaften, allen Gruppen in der Gesellschaft heute und in Zukunft gleiche Entwicklungschancen zu eröffnen, Armut aus der Welt zu bannen und allen Völkern dieser Welt gleiche wirtschaftliche Bedingungen zu schaffen, dann muss sich Schule grundsätzlich verändern. Das gilt sowohl für die Inhalte als auch für die Methoden.

Nachhaltige Schülerfirmen sind keine pädagogische Wunderwaffe. Ich bin aber überzeugt, dass sie eine sehr sinnvolle pädagogische Methode darstellen, um notwendige neue Inhalte in den allgemeinbildenden Schulen praxis- und handlungsorientiert zu vermitteln.



Weltladen: Kooperationspartner für Schülerfirmen (Foto: privat)

Pädagogischer Sinn

Nachhaltige Schülerfirmen holen ein Stück Wirklichkeit in die Schule. Hier agieren Schülerinnen und Schüler mit realen Produkten und Dienstleistungen am realen Markt. Sie machen Umsatz und Gewinn. Die Erfahrung zeigt, dass dies einen unglaublichen Motivationsschub bei den Schülern und Schülerinnen bewirkt. Sie fühlen sich ernst genommen, sie können tatsächlich etwas bewegen, sie sind die Aktiven und nicht die Zuhörenden und sie stehen gleichberechtigt neben den Lehrerinnen und Lehrern. Der Chef ist nämlich in der Regel eine Schülerin oder ein Schüler. Lehrerinnen und Lehrer treten schnell in die Rolle der Moderatoren und Unterstützer zurück. Die Motivation ist so stark, dass in der Regel selbst in der Freizeit in den Schülerfirmen gearbeitet wird.

Der Lehrer ist nicht mehr primär derjenige, der zum Beispiel regelmäßige Anwesenheit und Pünktlichkeit anmahnen muss. Die Schüler merken sehr schnell, dass Aufträge nur pünktlich zur Zufriedenheit der Kunden erledigt werden können, wenn alle verlässlich mitziehen. Abmahnungen werden vom Schülerchef auf dessen Initiative geschrieben, nicht vom Lehrer. Der Alltag in der Schülerfirma verlangt Zusammenarbeit, miteinander zu reden, aufkommende Konflikte zu schlichten, Entscheidungen zu treffen und vieles mehr. Das Einüben von Schlüsselqualifikationen ergibt sich von selbst.

Ich empfehle allen nachhaltigen Schülerfirmen reale Partnerunternehmen möglichst aus der gleichen Branche vor Ort zu gewinnen. Das eröffnet Wege in die Öffnung von Schule, holt noch mehr Wirklichkeit in den Unterricht und trägt so zusätzlich zur Motivation bei.

Integration in den Unterricht

Die bisherigen Ausführungen machen deutlich, dass Schülerfirmen zuerst eine pädagogische Einrichtung sind. Das Lernen steht im Mittelpunkt, nicht das Geldverdienen. Die Alternative heißt nicht *Learning or Earning*, sondern der Ansatz heißt *Learning based on a bit of earning*. Wenn Schülerfirmen das Geldverdienen in den Mittelpunkt ihres Unterrichts stellen würden, dann könnten sie aufgrund der Kostenstruktur bei der schulischen Produktion (Löhne, Sozialabgaben, Raum- und Gerätekosten etc.) sehr schnell an die wettbewerbsrechtlichen Grenzen ihres Tuns stoßen. Es ist also wichtig, durch eine offensive Informationspolitik den pädagogischen Charakter der Schülerfirmen in den Mittelpunkt zu rücken und den direkten Kontakt mit einem Bemühen um Transparenz zu den Mitbewerbern zu suchen. Zur Unterstützung des pädagogischen Charakters sollten die Schülerfirmen freiwillig mit ihren Umsätzen und Gewinnen unterhalb der steuerlichen Geringfügigkeitsgrenzen bleiben.

In der Praxis hat sich bisher gezeigt, dass die Schülerfirmen als Arbeitsgemeinschaften oder als Teil des Fachunterrichtes betrieben werden. Je nach Tätigkeitsfeld der Schülerfirma bietet sich auch die Kombination mehrerer Fächer an. So arbeiten in einer Werbeagentur z.B. ein Kunst- und ein Informatiklehrer zusammen. Aus den möglichen Kooperationen ergeben sich für die Schüler dann auch mehr Wochenstunden (mindestens

drei bis fünf) in den Schülerfirmen. Grundlegende Lernprozesse können auch in den Fachunterricht ausgelagert werden - das Schreiben formaler Briefe im Deutschunterricht oder das Üben der Prozentrechnung an Beispielen aus der Schülerfirma im Mathematikunterricht.

Nachhaltige Schülerfirmen sollten an den Schulen dauerhaft betrieben werden. Deshalb hat es sich als günstig erwiesen, wenn mindestens zwei Schülerjahrgänge in die Schülerfirma einbezogen sind. Erfahrungen können von Schüler zu Schüler weitergegeben werden. Es müssen neue Mitarbeiter auf Grund von Stellenbeschreibungen gewonnen und eingearbeitet sowie betriebsinterne „Karrieremöglichkeiten“ eröffnet werden.

Betriebswirtschaftliche Handlungsfelder

Natürlich muss auch die Schülerfirma zunächst gegründet werden. Eine Produktidee ist zu entwickeln, eine Werbestrategie muss festgelegt werden, eine Rechtsform ist zu wählen². Ein Geschäftsplan sollte erstellt, der Kontakt zu den Behörden muss gesucht werden, geeignete Partner sind zu gewinnen, der Finanzbedarf ist zu ermitteln und zu decken usw. Schließlich muss der Unternehmung eine Organisationsstruktur gegeben werden. Wie sehen die Informations- und Entscheidungsabläufe aus, wer hat welche Kompetenzen? Welche Aufgaben sind wie zu erfüllen? Welcher Personalbedarf ergibt sich? Wie sehen die Stellenbeschreibungen der einzelnen Mitarbeiter aus? Wie können die Mitarbeiter für ihre Funktionen qualifiziert werden? Kann Lohn gezahlt werden, und wenn ja, in welcher Höhe? Welche sächliche Ausstattung ist notwendig? Diese Liste von zu klärenden Fragen ist nicht vollständig, sie macht aber deutlich, was alles geklärt werden muss und damit auch gelernt werden kann. Wenn der „Laden“ dann erst einmal läuft, muss die Abwicklung der Aufträge organisiert werden, Waren müssen beschafft und gelagert werden, der Vertrieb ist zu sichern. Rechnungen müssen bezahlt und Einnahmen eingefordert werden. Die Buchführung muss stimmen. Neue Mitarbeiter müssen gewonnen und eingearbeitet werden. Investitionen sind zu planen, zu finanzieren und durchzuführen. Neue Produkte oder Dienstleistungen sind zu entwickeln. Ein Jahresabschlussbericht ist zu erstellen, um die Gesellschafter und Geldgeber über den Erfolg informieren zu können. Die Arbeit, und damit das Lernen, hört nicht auf.

Gesellschaftliche und soziale Aspekte

In den Schülerfirmen können natürlich auch gesellschaftliche Probleme und deren Lösungsansätze bearbeitet werden, indem nicht nur theoretisch darüber gesprochen wird, sondern dass sie zum Teil erlebbar werden. Ein Beispiel wäre die Einbeziehung der Eine-Welt-Problematik in das Denken und Handeln der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen der Schülerfirmen. So gibt es Schülerfirmen, die mit Produkten aus Ent-

wicklungsregionen dieser Welt handeln und so direkte Kontakte zu dortigen Menschen aufbauen. Das geschieht auch in Kooperation mit Weltläden.

Schule hat die Aufgabe, ihren Schülerinnen und Schülern für das spätere private und berufliche Leben notwendige soziale Kompetenzen praxisnah zu vermitteln. Auch hier bieten nachhaltige Schüler-Finnen ideale Voraussetzungen. Die Mitarbeiter der Schülerfirmen lernen aus der Notwendigkeit der betrieblichen Situation miteinander und voneinander. So ergibt sich das Einüben von auf Gemeinschaft ausgerichteter Schlüsselqualifikationen wie Dialogfähigkeit, Werteorientierung (am Schlüsselbegriff Nachhaltigkeit), Konfliktlösefähigkeit, Teamfähigkeit, Gemeinsinnorientierung und Partizipationsfähigkeit. Wird in der Schülerfirma fair miteinander umgegangen, dann werden auch die individuellen sozialen Kompetenzen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wie z.B. Selbstreflexionsfähigkeit, Entscheidungsfähigkeit und Umgang mit Vielfalt gestärkt.



Janina & Pui (aus: Mischer, Britta: *Die Jünger*. Berlin 2001; © Schwarzkopf & Schwarzkopf)

Ökologische Dimension

Diese Dimension lässt sich am einfachsten verdeutlichen, wenn man einmal einen Baum als ein Produkt begreift, das von der Firma Natur erstellt wird. Der Baum wird ausschließlich aus heimischen nachwachsenden Rohstoffen (Humus etc.) ohne große Transportwege hergestellt. Dabei wird der Verbrauch der Rohstoffe optimiert. Wo der Baum großen Belastungen ausgesetzt ist (Astgabelungen), verdickt sich der Stamm und die Holzdichte wird größer. Ansonsten wird beim schlanken Stamm Material gespart. Die Produktion erfolgt ausschließlich mit erneuerbaren Energien. Das Produkt und sein Produktionsverfahren sind absolut schadstofffrei. Das Produkt ist langlebig. Die Abfälle lassen sich wieder voll in den biologischen Kreislauf integrieren. Die Prinzipien der Firma Natur können von den Mitarbeitern erkannt und Richtschnur für das eigene Handeln werden. Schülerfirmen müssen ihre Produkte und ihre Produktionsverfahren ständig verbessern und in dieser Richtung entwickeln. Es ist klar, dass auch hier viel in konkreten Zusammenhängen handlungsorientiert gelernt werden kann.

Kontext „Eine Welt“

Wenn Schule Kenntnisse zum Problem der Benachteiligung von Menschen in den Staaten der südlichen Hemisphäre vermitteln will und Wege aufzeigen möchte, was wir hier in Deutschland tun können, um bei der Lösung der globalen Probleme mitzuwirken, dann müssen sich die Schülerinnen und Schüler mit den Strukturen und Denkweisen unserer Wirtschaft auseinandersetzen. Denn unsere Wirtschaftsweise mit ihrem explosionsartigen Wachstum hat sowohl die globalen Umweltprobleme als auch die Ungerechtigkeiten in der Weltwirtschaft hervorge-rufen. Solche Kenntnisse lassen sich aber nur schwer theoretisch vermitteln. „Learning by doing“ ist hier angesagt. In Schüler-

firmen lernen die Schüler/innen unter realitätsnahen Bedingungen Handlungs- und Denkweisen der Wirtschaft kennen. Sie werden dann angehalten, diese in ihren umwelt- und entwicklungspolitischen Reichweiten zu reflektieren. Nachhaltige Schülerfirmen versuchen im Rahmen von „firmenbezogenen“ Nachhaltigkeits-Audits sich ökologisch, sozial und ökonomisch permanent zu verbessern. So betreibt z.B. eine Sonderschule in der Gemeinde Ganderkesee eine Firma, die ihren Gewinn einem Aufforstungsprogramm auf Schulgeländen in Ghana zur Verfügung stellt. Diese Schülerfirma versucht auch, Kontakte zu Schulen in Ghana herzustellen, um deren Produkte auf dem deutschen lokalen Markt abzusetzen. Der Gewinn fließt selbstverständlich in das Aufforstungsprogramm zurück. Deutschland braucht mehr Unternehmergeist - aber auch einen anderen!³

Anmerkungen:

- 1 Dieser Beitrag ist eine stark gekürzte Fassung eines Beitrags mit gleichem Titel, der in der vollständigen Version unter www.nasch21.de/bildung/bildung_00.html nachgelesen werden kann.
- 2 Zu Rechtsfragen vgl. Finke 2000 (die im Artikel genannten DM-Beträge der Geringfügigkeitsgrenzen sind veraltet).
- 3 Informationen zum Projekt erteilt das Regionale Umweltbildungszentrum Hollen unter der Telefonnummer 04223/95056.

Literatur:

Finke, A.: Rechtliche Absicherung von Schülerfirmen. In: Schulverwaltung MO (2000)6.



Rolf Daseke ist Lehrer und Geschäftsführer des Regionalen Umweltbildungszentrums Hollen; Niedersächsischer Set-Koordinator Schülerfirmen im BLK-Programm „21“ Bildung für eine nachhaltige Entwicklung und Mitarbeiter im Projekt „Schülerfirmen im Kontext einer Bildung für Nachhaltigkeit“ der Deutschen Bundesstiftung Umwelt.